# Wenn die Superheldin Brustkrebs hat oder Krankheit konsumierbar machen: Ein Beitrag zum BrustkrebsINDUSTRIEmonat

bcaction.de/wenn-die-superheldin-brustkrebs-hat-oder-krankheit-konsumierbar-machen-beitrag-zum-brustkrebsmonat

2. Oktober 2013

(Last Updated On: 18. März 2017)
In ihrem Artikel The She-ro, der gerade in Psychology Today erschienen ist, befasst sich die Medizinsoziologin Dr. Gayle Sulik mit dem Buch „Cancer Vixen“ von Marisa Acocella Marchiato. Das Buch erschien 2012 in deutscher Sprache im Atrium Verlag, Zürich. Cate Blanchett wird in einer geplanten Verfilmung jetzt auch noch die Cancer Vixen spielen. Sulik geht hart mit dem Buch, das bei uns bereits länger auf eine Rezension wartet, ins Gericht. Sie beschreibt, wie die Krankheit Brustkrebs mit Superheldinnen wie Cancer Vixen konsumierbar gemacht wird, versehen mit „Modetherapie“ und sämtlichen dazugehörigen Klischees von Weiblichkeit – ganz unabhängig vom Realitätsgehalt.

## Unterdrückt wird, wer nicht trendy ist

Die Superheldin ist die typische Krebsprotagonistin, wie sie uns in Massenmedien und bei allen unvermeidlichen Bewusstsein-für-Brustkrebs-Events (auch Patienteninformationsveranstaltungen!) allgegenwärtig entgegen springt: mutig, leidenschaftlich und aggressiv kämpft sie gegen die Krankheit. Egal, welche Schwierigkeiten ihr begegnen: sie bleibt optimistisch, lernt aus ihren Erfahrungen, wird ein besserer Mensch und gibt ihre Erkenntnisse aus diesem Abenteuer des Lebens an Andere weiter. Die Superheldin triumphiert über den Krebs. Sie hat alles richtig gemacht. Der Krebs ist besiegt.

Als problematisch beschreibt Sulik einerseits die Eindimensionalität, auf die der Umgang mit einer Krebserkrankung herunter gebrochen wird, und andererseits die idealisierende Art und Weise der Darstellung angesichts jener Frauen, die nicht mithalten können oder wollen, da nicht trendy, sexy, jung oder geheilt. Sie würden auf diese Weise unweigerlich marginalisiert. Auf sie warte kein Happy End, und es laufe auf die Unterdrückung alternativer Wege hinaus, ganz unabhängig davon, dass auch Superheldinnen mit Brustkrebs an der Krankheit sterben können.

Die Liste prominenter Frauen, die als Heldin in die Öffentlichkeit gegangen sind, ist inzwischen unüberschaubar. Sulik beschreibt detailliert die Zutaten für Heldinnen: Inspiration, emotionales Drama mit Happy End, persönliche Wandlung und ein Lifestyle, der Accessoires der Weiblichkeit (Lippenstift, hochhackige Schuhe, sexy Dessous usw.) florieren lässt. Nimm es leicht. Die Frau mit Krebs ist verwegen, stylish, sexuell attraktiv. Als Alphafrau steht sie mit ihren bunten, unterhaltsamen Abenteuern über dem modernen Schlachtfeld der Megacity, im Fall von Cancer Vixen selbstverständlich NewYork. Sulik prägt treffend den unübersetzbaren Begriff „Cancertainment“. Krebs ist unterhaltsam, melodramatisch, witzig und leicht: zumindest so lange er Literatur oder Film bleibt und nicht real eintritt.

## Stimmen, die von der Erfolgsgeschichte abweichen, sind nicht willkommen

Tiefgang, kritische Fragen und die Komplexität menschlicher Erfahrungen würden hier bestenfalls stören, schreibt Sulik. Frauen mit Erfolgsgeschichten dagegen begegnen uns wieder und wieder in den Medien, auf den Podien der Krebskongresse, so auch beschrieben im MAMM Magazine (zitiert nach Sulik):

> *„Voices that stray from the triumphant storyline are not welcome". Stimmen, die von der Erfolgsgeschichte abweichen, sind nicht willkommen.*

Erzähl allen, dass Brustkrebs dich zu einem besseren Menschen gemacht hat. Neue Freundschaften sind entstanden, du überdenkst die Prioritäten. Dein Selbstvertrauen wächst mit der Fitness und all den wunderbaren Änderungen, die die Krankheit gerade noch rechtzeitig in deinem Leben bewirkt. Du hast dein Glück gefunden. … Die Superheldin bringt diese Quintessenz über alle Kanäle, auf den Podien, im Buch, in den Medien. Sie ist eine bessere Frau geworden, eine bessere Mutter usw., die Krankheit ist das Vehikel zum besseren Leben. Sehen die Erfahrungen von an Krebs erkrankten Frauen wirklich so aus? Diese Frage kann jede von uns sich selbst beantworten. Sulik jedenfalls hält dem entgegen, dass sie selbst bei Jenen, die der Krankheit „Positives" abgewinnen konnten, nie gehört hätte, dass sie sich wünschten, dass die Krankheit wiederkehrt, um mehr von dieser Möglichkeit der „Verwandlung" und ihren „Vorteilen" auszuleben.

## Positives Denken: Es funktioniert nicht

Der alte Mythos vom positiven Denken sitzt tief. Mir begegnete er zuletzt vor ein paar Tagen, als ich einen alten Bekannten wieder traf, der mir erklären wollte, warum ich alles richtig gemacht hätte. Schließlich bin ich ein schlagender Beweis: ich lebe immer noch. Am wichtigsten sei eben das positive Denken. Sulik setzt dem entgegen, dass Optimismus die Überlebensraten nicht steigert. Selbst Menschen, die positiv denken, bekommen Krebs und sterben an Krebs in dem gleichen Maße wie Menschen, die das nicht tun. Und sie beschreibt den Druck, der damit speziell auf alle „unheilbar" an Krebs Erkrankten gelegt wird, denen die Menschen in ihrem Umfeld wieder und wieder beschwörend mitteilen, sie müssten nur positiv denken, um die Krankheit erfolgreich zu besiegen. Im Umkehrschluss heißt das: Du hast den Krebs nicht besiegt? Selbst Schuld, kein Wunder, wenn du so negativ denkst …

## Die Superheldin: Ein Ablenkmanöver

Nach Sulik überstrahlt, übertüncht und verstellt die Superheldin mit ihren Gedanken um weibliches Outfit, Sexyness und ihrer persönlichen Erfolgsgeschichte den Blick auf systemische Aspekte. Da wären:

- Der Stand der Forschung (ökonomisch/maskulin gesteuert bis heute).
- Der Blick auf die Ursachen.
- Grenzen der Biomedizin und
- Grenzen der Gesundheitssyteme.
- Der Umgang mit unheilbar an Brustkrebs erkrankten und sterbenden Frauen, deren Versorgung nicht abgesichert ist.

## Problemfelder: Kein Thema für Superheldinnen

Kommerzialisierung, Profitmaximierung, „Pink washing“, politische Interessen und Interessenkonflikte zwischen Industrie und Interessenvertretung existierten neben der Vision der Superheldin. Nach rund 30 Jahren massivster Lobbyarbeit (und unermesslichen Bergen von Geld!) ist weiter nicht bekannt, was die Krankheit auslöst, wie sie zu verhindern ist und wie Frauen davor geschützt werden können, an ihr zu sterben. Die von der Superheldin geschaffene Ästhetik der Krebsbekämpfung fördert, so Gayle Suliks bittere Erkenntnis, nur jene Multimilliarden-Dollar-Industrie der „Rosa Schleife“ (pink ribbon), wie sie lebt, lacht und das „Kaufen für die Heilung“ (shopping fort he cure) liebt. Die Verfilmung des Buches als Adaption an Marisa Acocella Marchettos Buch mit Cate Blanchett in der Hauptrolle werde die Botschaft der Superheldin weiter und weiter verbreiten, solange bis Frauen es schaffen, sich endlich zu widersetzen und dem „Ideal“ zu widerstehen.

*The She-ro von Dr. Gayle Sulik*
*gelesen und besprochen von Gudrun Kemper*

## Weiterlesen

The She-ro von Gayle Sulik bei Psychology Today und auf der Webseite von Gayle Sulik
Brustkrebsmonat – Weg mit der rosa Augenbinde!
Social disease – Krankheit der Gesellschaft von Sharon Batt